新媒体环境下图书出版编辑工作创新

摘　要：图书是知识的载体，是社会发展、人类进步的阶梯。随着科技水平的不断提升，信息技术和互联网技术逐渐被人们广泛应用。新媒体的出现，使得人们的生活发生了巨大的改变，也使图书出版编辑工作与传统的图书出版编辑工作有了本质的区别。因此创新是市场发展的根本保障，只有做好全面的图书选题和策划，合理利用新媒体，提升市场优化销售水平，提升图书的综合编辑水平，才能实现我国图书出版行业的全面良好发展。

关键词：新媒体环境；图书出版；编辑工作；创新发展
中图分类号：G232　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）06-071-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.06.019

文 / 霍雅楠

1. 新媒体环境下图书出版编辑工作创新的必要性

1.1 图书出版编辑工作发展的客观要求

新媒体的出现，对图书出版行业产生了巨大的影响。不管是传统媒体还是新媒体，为了自身的发展，就需要结合实际情况，进行相应的创新。目前，图书的受众在不断提升，为了满足人们的日常需要，必须要提升图书出版编辑业务水平，合理应用新媒体，提升传统媒体的生存空间，逐渐吸引读者的注意，提升市场地位。图书出版编辑工作所面临的挑战是严峻的，但是未来的发展空间是巨大的。为了在新媒体的冲击下实现自身的发展和生存，图书出版编辑必须要进行创新。

1.2 图书出版单位是提高出版质量的重要突破口

从出版传播的情况来看，传统媒体比新媒体的传播力度较弱，而且受众较少。因此，在进行图书出版的时候，需要不断提升出版质量，以自身良好的质量保障为根基，结合实际情况，合理利用新媒体，进行相应的创新和发展。在进行图书策划的时候，需要提升策划水平，合理地组织内容和知识，进行内容的编校和加工，减少出版物中的缺陷。从根本上来说，图书本身内容的新颖才是确保良好发展的重要动力。因此，在新媒体下，图书出版单位为了提升自身的创新力度，需要提高出版的整体质量，以质量的保障为突破口，实现综合的创新和发展。

1.3 满足读者阅读需求的发展要求

图书出版和发行是国家重视并且管制较严格的行业，因此，目前的图书市场的图书发行量是十分巨大的。但是从真实的读者需求情况来看，一些读者的阅读虽然有了一定的需求变化，但是出版的很多图书存在较为明显的作品和读者需求契合度偏低的问题。因此，在进行图书出版编辑的时候，需要进行合理的创新和管理，更好地提升策划水平，确保满足读者需求，提升图书出版行业的发展空间，为广大人民提供良好的图书内容。

2. 当前图书出版编辑工作存在的问题

2.1 内容无法满足受众需求

图书出版编辑工作主要是对图书内容进行编辑和管理，更好地提升图书本身的精练度，结合阅读者的习惯进行相应的调整，确保满足阅读者的阅读要求。因此，图书出版编辑工作可以实现图书出版行业的良性发展，提升阅读感受，满足人们精神方面的需求，可以提升人们对知识的学习水平，实现自身精神世界的丰富。随着新媒体的出现，各种技术开始广泛应用，大数据、移动终端等逐渐改变了人们的阅读习惯。与传统的图书相比，新媒体本身具有更高的阅读感受，而且可以从内容上合理润色，加入多种元素，提升人们的阅读兴趣。我国目前市场上的很多图书属于快餐类图书，其中的内容较为肤浅，本身没有较高的文化内涵，导致图书的内容质量较低，根本无法满足受众的精神需求。

2.2 出版模式缺少改革创新

传统的图书出版模式已经不能适应新时代的发展要求，随着社会的不断发展，图书出版行业结合实际情况进行相应的创新有限。新媒体的出现和广泛应用，对传统图书出版产生了较强的冲击力，为了在日益激烈的竞争中有良好的发展空间，需要结合互联网和信息技术提升图书出版的发展水平，进行合理的图书生产和制作，实现大范围的传播，确保逐步推行图书的数字化创新，确保逐渐转型和升级。我国的很多图书出版单位的管理模式仍旧采用老旧的管理方式，根本不能够适应市场的发展，所以，必须要从转变自身管理模式入手，提升综合管控力度，实现图书出版产业的全面改革和发展。

2.3 缺乏图书出版编辑人才

想要实现良好的图书出版编辑，就必须要有良好技术的出版编辑人才。在进行日常工作的时候，需要从全面的市场调研入手，做好全面市场数据的收集和整理，然后对图书的内容进行相应的编辑和处理。还需要具有较强的市场营销和推广能力。因此，图书出版编辑本身

的工作任务是繁重的，而且对于编辑专业知识水平要求比较高。随着新媒体的发展，图书出版编辑还需要学习计算机技术和互联网技术，对网络营销和网络信息的传播需要有较为良好的学习和认识。培养方式和内容跟不上出版形势发展的需求，图书出版编辑水平不高，无法从多个方面提升自身的水平，因此，人才的缺乏是导致新媒体环境下图书出版编辑工作无法跟上时代发展的重要因素。

3. 新媒体环境下图书出版编辑工作的创新策略

3.1 不断更新理念，转换自身角色

对于新媒体环境下的图书出版编辑工作进行创新，首先需要从意识创新入手。虽然行动是决定事情成败的关键，但是意识对于行动具有控制的作用。因此，新媒体环境下，为了实现图书出版编辑工作的创新和发展，需要从意识创新的角度入手。通过合理的改革和创新，改变以往的老旧意识，提高自我创新意识，实现角色的及时转变。对于每个图书出版编辑来说，需要有正确的定位，认识到新媒体和新技术对图书出版编辑的重要作用。通过不断的学习，提升对新媒体技术的掌握程度，将其合理地应用在图书出版编辑工作中，提升工作效率。作为图书出版编辑，必须要打破自身思想的壁垒，摒弃以往的老旧思想，逐渐学习新媒体技术和信息技术，取长补短，深入挖掘图书中的文化知识精髓，实现图书出版编辑工作的全面创新和良好发展。

3.2 按照市场发展方向，创新图书选题策划

想要实现图书出版编辑水平的提升，对图书的选题和编辑要提升重视程度。随着新媒体的出现和广泛应用，必须要逐渐转变以往的固定思维模式，通过创新和发展，选择出具有良好思想和特色图书选题。作为图书出版编辑，需要准确掌握市场的发展动向，根据市场的发展动向实现图书的合理选题。传统的图书选题模式主要通过市场调查问卷和实地调研的方式，这样的方式不但浪费时间，更加浪费人力和物力。在新媒体的影响下，可以通过网络问卷和网络数据收集的方式确定图书选题。另外，大数据的应用对于图书的选题有十分重要的作用，可以从大数据的角度入手，实现图书的合理选题，发挥大数据的重要作用，创造出更多符合广大受众阅读需求的高质量图书。

3.3 充分利用新媒体，优化市场营销途径

目前的很多图书出版后存在不同程度的存库积压问题，图书出版单位为了实现图书盈利，需要按照读者的要求实现市场的合理营销。传统的图书营销方式主要是利用读书小组或者是读书会等方式，增强读者和编辑之间的联系，营造良好的营销氛围，新媒体的出现可以实现信息的快速传播，可以增强图书营销的实效性。另外，新媒体还能够充分利用互联网，打破时间和空间的限制，提升图书内容的宣传力度，通过综合应用图像、音频等，提升宣传效果，图书编辑还可以与各大电商平台进行配合，对上架的图书进行相应的维护和管理，提升与读者之间的交流，确保实现营销途径的创新。

结语

在新媒体环境下，图书出版工作面临着巨大的挑战，必须要进行合理的创新才能够满足市场要求。作为图书出版编辑人员，需要对先进的知识进行全面的学习，提升自身对图书出版的正确认识，转换自身角色，对市场发展方向有合理认识，提升图书选题深度，结合新媒体技术，提升市场营销水平，更好地实现图书的良好编辑和控制，促进我国图书出版行业的良好快速稳定发展。媒

参考文献

[1] 王晓娜 . 新媒体时代图书出版编辑工作创新路径思考 [J]. 传播与版权，2017（4）.

[2] 孙平平 . 新媒体环境下图书出版的策略探讨 [J]. 传播力研究，2017（7）.

[3] 王璇 . 浅谈当前图书出版环境下责任编辑的责任 [J]. 电视指南，2018（10）.

[4] 夏尔瓦娜木 . 浅谈如何做好新时期的图书编辑工作 [J]. 新闻研究导刊，2017（9）.

[5] 刘钊 . 新时期下图书出版编辑的创新与改革 [J]. 新媒体研究，2016（12）.

[6] 夏应鹏 . 如何把好图书出版的政治关 [J]. 传播与版权，2016（12）.

[7] 黄海珠，熊伟 . 现代化图书编辑现状与发展趋势研究 [J]. 新闻传播，2014（6）.

[8] 郭丽丽 . 当代图书编辑面临的工作困境与对策 [J]. 传播与版权，2018（7）.

[9] 盛楠 . 浅谈融媒体时代图书编辑工作创新的必要性 [J]. 新闻研究导刊，2017（24）.

[10] 孙迪 . 浅谈新媒体时代图书出版编辑工作创新路径 [J]. 文化创新比较研究，2017（15）.

（作者单位：河北教育出版社有限责任公司）